

電子書籍と公立図書館の今日的意味

Digital Books and its Implication to Public Libraries in Japan

北克一[†] 村上泰子^{††}KITA Katsuichi[†], MURAKAMI Yasuko^{††}

概要：本論文は、電子書籍をめぐる大きな技術的動向、ビジネスモデル展開などについて、電子書籍を取り巻く現状、そして図書館サービスへの影響という点から新たな考察を加えるものである。検討対象とした事項は、(1) 技術動向としての EPUB3.0 ドラフト確定及び HTML5.0/CSS3.0、(2) 電子書籍の価格モデルとその実体、(3) 明らかになってきた「黒船 3 社」のビジネスモデルの詳細な相違、(4) 電子書籍のもたらすものの分析、(5) 一部、公立図書館での「電子書籍サービス」開始とその評価、である。公立図書館における電子書籍への関心は少なくないが、費用対効果比、アクセス権の保障、個人情報の保護などの観点からいくつかの課題点も浮かんできており、それらについて整理・考察を行なうことを通して、公立図書館の今日的意味を問い直す。

キーワード：電子書籍 公立図書館

Key Words：Digital Book, Public Library

1. はじめに

われわれは、2010 年、2011 年と電子図書館構想、電子書籍、そして図書館の立ち位置を取り扱ってきた 1)2)。本稿では、その後の電子書籍をめぐる大きな技術的動向、ビジネスモデル展開などについて電子書籍を取り巻く現状、そして図書館サービスへの影響という点から新たな考察を加えるものである。

検討対象とした事項は、(1) 技術動向としての EPUB3 及び HTML5/CSS3、(2) 電子書籍の価格モデルとその実体、(3) 明らかになってきた「黒船 3 社」のビジネスモデルの詳細な相違、(4) 電子書籍のもたらすものの分析、(5) 一部、公立図書館での「電子書籍サービス」開始とその評価である。

なお、本稿では国内における出版社、通信キャリア、電子機器メーカー、インターネット

ト企業などによる日々の合従連衡は、大きく変化する出版状況、図書館状況に対して時代の「戯れ」として、取り扱わない。また、論述全体の明確さを維持するため、個々の事例的な事項は注に記した。標準的な論文に比して、多量の注を付していることをお断りしておきたい。

2. EPUB3 及び HTML5/CSS3

電子書籍をめぐる技術動向で注目をすべきは、直接的には EPUB3 の最終勧告案の承認であり、中期的には HTML5/CSS3 をめぐる状況である。順に確認をしておこう。

2.1 EPUB3

EPUB3 とは、米国の電子出版業界団体 IDRF(International Digital Publishing Forum)が策定を進めている電子書籍ファイルフォーマット規格「EPUB Version 3.0」の略称である。2011 年 10 月 11 日、Version3.0 の最終勧告案が承認された。規格そのものが

[†] 大阪市立大学大学院創造都市研究科兼学術情報総合センター

^{††} 関西大学文学部

完全にオープンでライセンスフリーであるということや、アップルやグーグルにも正式採用されていることもあり、欧米の電子書籍市場では実質の業界標準フォーマットになっている。

EPUB3 は、2011 年 5 月に Proposed Specification 版が仕様公開された時点から、すでに対応の電子書籍ビューアが多く登場していた。EPUB3 では、従来未対応だった縦書き・ルビ対応などが実現されているため、国内の電子出版業界からも注目されてきた 3)。

2.2 HTML5/CSS3

HTML5⁴⁾は、新しいオープン・プラットフォームの基盤技術であり、ウェブを情報処理プラットフォームに変える基盤である。従来の OS 上で動いていたネイティブ・アプリケーションとは異なり、ウェブ上で稼動するウェブ・アプリケーションの世界を開く。クラウド環境と組み合わせることで、マルチ・デバイス間でデータ等の同期を自動的に図る。現在はデファクト・スタンダードであり、いずれ W3C による追認規格化も想定内である。

なお、厳密な意味では、HTML5 はホームページの文章構造を指定するマークアップ言語であるが、本稿ではビジュアル要素を規定する CSS3 やウェブ・アプリケーションの振る舞いを記述する Javascript 用の API なども含めた広義で HTML5 を使用する 5)。

HTML5 の技術的な特徴は、1) ブラウザ上の Javascript で本格的な情報処理を実現する機能の導入、2) HTML 文書の論理構造の明確化、3) 異なるブラウザ間の互換性の実現の向上、の 3 点である 6)。

また HTML に関係するステークホルダーをその戦略側面から整理しておこう。グーグルの戦略は、基礎技術として HTML5 を採用し、従来のパソコンのネイティブ・アプリケーションの時代をウェブ情報社会へと、「情報社会のルール」のパラダイムを変更しようするものである。グーグルによって進められて

いるのは、HTML5 を基礎としたウェブ・アプリケーションの時代である。裏を返せば、マイクロソフトが仕切ってきたデスクトップ・コンピュータの時代の終焉である。ただし、グーグル戦略の中で、ネイティブ・アプリケーションを囲い込む OS アンドロイドと、オープン志向の OS クロームとの総合的な調整戦略は、現時点では見えない。

アップルは、アドビ社の Flash がアップルの iOS 上のプラットフォームとなることを排除する戦略である 7)。アップルの求める世界は、アップルの垂直統合の情報生態系での多数のアプリケーションとコンテンツの集積である。技術的に iOS プラットホームとサードパーティ開発のアプリケーションやコンテンツの間にアドビ社の Flash が存在し、実質的にアップル情報生態系のプラットフォームとなることを排除したい考えと推測される 8)。

アマゾンでは、現在は各種のアマゾン・アプリケーション・サービス(SaaS)を多彩に展開し Web.2.0 時代に生存しているが、いずれ独自フォーマットの電子書籍においても、HTML5 に対応を急ぐであろう。すでにブラウザ・ベースでは対応が進んでいる。詳細は後述する。

2.3 ブラウザの対応や今後の技術動向

以上、EPUB3 や HTML5 をめぐる状況を検討、整理した。これら以外に放送業界では、2000 年に総務省所管の電波産業会が開発した放送用マークアップ言語 BML(Broadcast Markup Language)などもある。しかし、クラウド環境下の大きなベクトルとしては、先述の通り、OS に替わってブラウザがプラットフォームとなり、ネイティブ・アプリからウェブ・アプリへの移行が行われることである。

「Internet of Things(インターネット接続のマルチ・デバイス)」が HTML5 に対応することで、「Web of Things(すべてが Web に繋がる)」世界の幕開けとなる。要は、出版、新聞、通信、放送と時代の中で棲み分けてきた

異なるメディア情報の配送路一が、ネットワーク通信に集約されるということである。電子書籍についての考察もこうした大きなスパンの流れの把握とともに行われる必要がある。

3. 電子書籍の価格モデル

広義の電子書籍の価格モデルとして、現在提供されているビジネスモデルは次の8種に区分することができる。ただし、この区分は必ずしも相互に排他的ではなくこれらの組合せモデルも存在している。

3.1 販売モデル

電子書籍の価格モデルは大きくは、ホールセール・モデルとエージェンシー・モデルに二分される。ホールセール・モデルは、電子書籍プラットフォーム提供者が著者、出版社等のコンテンツ保持者から一括・多量購入を行い、価格等の設定は電子書籍プラットフォーム提供者が自由に行うモデルである。米国においてはアマゾンの通常の電子書籍販売モデルである。

現在、日本ではほとんどの書籍、雑誌、新聞は「定価」という同一価格で販売されている。これは独占禁止法による再販売価格の指定禁止の「例外的商品」ということによる⁹⁾。電子書籍ではこうした例外的商品の扱いを受けないので、価格は自由市場となる。ネットワーク文化とこれが合わさると、いわゆるアテンション経済へと突入するのであろう。

一方、著者や出版社というコンテンツホルダー側から見れば、マルチ・デバイス時代のプラットフォーム戦略が問われることになる。

他方のエージェンシー・モデルは、著者、出版社等のコンテンツ保持者が自由に価格を決定し、電子書籍プラットフォーム提供者は30%程度のコミッション・フィーを得るモデルである¹⁰⁾。例えば代表的には、アップル、アマゾンやグーグルの自費出版モデルである。ただし、独占禁止法等の法制は各国で独自で

あり、米国においてはエージェンシー・モデルは反トラスト法違反の訴訟の検討対象となっている¹¹⁾。

3.2 レンタル(閲覧)モデル

電子書籍の一定期間の貸出モデルである。技術的にはDRM(Digital Rights Management)ロックのファイル転送方式と期間限定のファイルアクセス権付与モデルがある。なお有償/無償に着目すれば、商業課金モデルとグーグル等の広告モデル及び公費による図書館等の貸出の無償モデルがある。

なお、課金の単位は、個々の電子書籍単位での課金方式と月額/年額方式(フリー・バケット方式)とがある。動画像の視聴サービスにおいて先行展開されている。

3.3 フリーアクセス・モデル

グーグル等の広告モデルに基づく無償モデル以外に、国立国会図書館、各種図書館等における電子図書館や機関リポジトリ、プロジェクト・グーテンベルク、青空文庫、魔法のiランド、ウィキペディア、オープンアクセス運動など様々なステークホルダーが群雄割拠している。

3.4 PoD (Print on Demand) モデル

デジタルとアナログのハイブリッド・モデルである。日本では未だ実験的な段階に留まるが、電子書籍データベースに登録されたコンテンツを物理的な「書店」で、その場で印刷、販売するモデルである。PoDシステムへの初期投資が必要となるため、一定の販売規模の見通しが必要となる。人口密集地域、大規模大学キャンパスでの展開が考えられる。

3.5 プリミアム・モデル

仮想的なフリーミアム・モデルでは、紙媒体資料と電子資料との情報量の絶対的な差異を取り入れたモデルである。電子ジャーナルや、一部の電子新聞などで試行的に推進され

ている。無料「お試し版」と「有償会員」版との組合せである。

電子書籍においては、「追補版」などの更新情報の無償提供などが試行されている。ただし、電子書籍端末が通信機能を単独で有し常時接続の環境がなければ、更新情報は読者への電子メール通知に留まるため、個々の電子書籍での展開は難しい。古の「マイクロソフト エンカルタ 97(CD-ROM 版)」を想起されたい。

3.6 年間更新の契約モデル

一部の法令集や規格集などの更新資料では、更新部分、更新サービスに対しての年間契約制での展開が考えられる。ただし、安定的な運用には一定ベースの顧客基盤とプッシュ方式での展開が必要であろう。

3.7 オンデマンド編纂の電子書籍モデル

一部の大学等の教科書などで試行されているモデルである。知識の一つのパッケージとしての電子書籍を「解体」し、任意の章単位などでオンデマンド編纂をし、販売をするモデルである。上述の「PoD」との組合せもある。

一般書においても、作家全集からのオンデマンド・アンソロジーの試みがある。

3.8 その他モデル：

CGM(Consumer Generated Media)のコンテンツ、ブログのコンテンツなどを広義の電子書籍に含めるのであれば、それも第 8 の電子書籍である。なお、こうしたコンテンツを再編集し、紙書籍として出版するモデルー携帯小説の紙出版などーも存在するが、ニッチ市場に留まる。

また、絶版本の低価格でのリメイク電子書籍出版なども存在する。

なお米国では、リアル店舗の存在する州単位で付加価値税が課されるが、ネット店舗は

非課税である。しかし、現在この税制の見直しが進行中であり、電子書籍への影響もありうる。また、特にアマゾンにおいては、ウォルマートとの競合にも影響を与えと考えられる。

一方、欧州では VAT(Value Added Tax)は、紙書籍が 0~5%、電子書籍が 20%前後が標準であるが、ルクセンブルクが 2012 年 1 月より電子書籍の VAT を 3%に軽減したため、同国にサーバを置く「ルクセンブルク系電子書店」が急速に増加している。

4. 「黒船 3 社」の電子書籍ビジネスモデル

米国を拠点とするグーグル、アップル、アマゾンの「黒船 3 社」の日本進出がささやかれて久しい¹²⁾。これに対して国内では通信キャリア、電機メーカー、大手印刷会社、出版社、大手書店などの合従連衡が報じられている¹³⁾。前稿では、これについて「垂直統合型」のビジネスモデルとし、簡単に扱ったが¹⁴⁾、本章ではこの代表的な 3 社の相違をビジネスモデルの比較という点の背景に存在する「技術」の検討も併せて詳細に考察する。

4.1 グーグル

グーグルは検索エンジンを始めとする情報提供サービスのインターネット企業である。同社のビジネスモデルの基本は、技術的にはクラウドサービスの提供である。そしてビジネスモデルとしては、広告料収入の増大化にある。検索エンジンやグーグルマップを始めとする各種無料サービスに多くのトラフィックを集め、サービスの利用が増加することでグーグルのインターネット情報流通基盤としての価値向上がなされ、結果として広告プラットフォームの価値が大きくなる¹⁵⁾。グーグルのビジネスモデルでは、サービス利用のトラフィック増大により広告収入の増大とユーザー行動履歴パターンの蓄積が進み、競合他社に対する差異化が進む仕組みである。携帯電話、ネット家電等の OS アンドロイドをオ

オープンソースとして無償提供し、フェイスブックに対抗してグーグル+を展開するのも16)、同社の一貫した戦略の下にある17)。

こうした全体戦略の延長線上に、電子書籍ストアであるグーグルブックスも展開されている。グーグルブックスは電子書籍販売の利益よりも、電子書籍をも検索の対象とすることで、「グーグル帝国」の領土拡張を期し広告収益を増大させようとするビジネスモデルである。

グーグルブックスでは著作権が働いている書籍は一部分しか読めない。これは、「閲覧」需要を紙の本の販売サイト、電子書籍販売サイトへと繋ぐ広告情報である。

また、次節で述べるアップルと異なり、グーグルブックスへのトラフィック経路、電子書籍の検索頻度やその時系列変化などのマーケットデータの出版社等への提供も行っている。例えば、グーグルブックスにおいて、特定のキーワードによる検索が急激に増加し、特定電子書籍群へのアクセスが増えた場合に、読者市場のトレンドが読み取れるかもしれない。POSシステムによる書籍販売データとはまた異なるデータ群である。

ただし、グーグルブックスはパッケージとしての書物を解体する可能性をも秘めている。すでにグーグルマップスの普及以降、多くの人々は地図帳を購入しなくなった。書物の一部分だけを購入したい、という需要が浸透していく可能性である。すでに大学図書館等では、電子ジャーナルのパッケージ契約と論文のペイ・パー・ビュー課金方式が並存している。

技術的側面では、こうしたマイクロコンテンツの販売は可能であるし、小額課金のシステムは音楽市場において実現している。

一方、昨年来の問題であった「グーグルブックサーチ問題」は、2011年3月の和解案の裁判所否決により、現在振り出しに戻っている。米国のオーサーズ・ギルド、米出版社協会(AAP)、追加でミシガン大学、カリフォル

ニア大学等も提訴中である。

4.2. アップル

アップルは、iPhone/iPad/iPod Touch の製品群を iOS のもとに統一し、製品の機能拡張を別途販売のアプリケーションとすることで、製品をユーザーにとって理解しやすい、シンプルなものにしている。一方、アプリケーション及びコンテンツを AppStore の元で、一元的に供給するプラットフォーム—情報生態系—を形成した。AppStore では、アプリケーションやコンテンツの提供者にとっては、多くのアップル・ユーザーを囲い込んだ「市場」と課金決済基盤が提供されている。

このような環境整備を通して、多くのユーザーとアプリケーション開発者、コンテンツ提供者を集積している18)。さらに単一 OS の製品群は、アプリケーション開発のサードパーティにとっては、アプリケーション開発や動作検証が容易になるし、潜在市場の規模のメリットも発生する。なお、アップルへの開発者登録は 10,800 円/年のみである。

ただし、この「アップル王国」(「ジョブズの世界」)では、アップルの審査・管理の下に王国統治はなされている。王国は、ハードウェア、ソフトウェア、サービスを組み合わせたプラットフォームを提供し、アップル生態系を構築して、ユーザーを囲い込み19)、サードパーティの結集を行い、収益の多層化を実現している20)。背景には、コモデティ化したパソコン中心事業から、ユーザーへ「驚きの体験」を提供し続けるサービス企業への転身がある。

なお、電子書籍のコンテンツ提供者からは、販売ランキング以外のマーケットデータの提供が薄い、という不満が聞こえる。

4.3. アマゾン

アマゾンが日本で事業を開始したのは、2000年11月である。書籍の販売からスタートし、超多品種展開のネット通販を展開して

いる 21)。日本国内に 5 つの巨大物流センターを配備し、その総面積は約 23 万平方メートルである。レコメンデーション機能やアフィリエイト方式の外部の「セレクトショップ」によって集客を行い、商品のソーシャル評価方式や販売ランキングを展開して、自社ショップのソーシャルメディア化を推進している 22)。

書籍流通に的を絞れば、日本においても最大の書籍販売数を実現している 23)。電子書籍では電子書籍端末「キンドル」が鍵となる。「キンドル」は 1) 機器価格が安価であること 24)、2) 通信機能を内蔵し、電子書籍の購入価格に通信費が含まれていること 25)、3) ユーザーにとって使いやすい料金体系を展開していること 26)、が特徴である。またコンテンツのプッシュ配信機能もあり、雑誌、新聞などの定期購読契約は自動的に配信がなされる。

これ以外のアマゾンの電子書籍等にかかる戦略展開についても言及をしておきたい 27)。

1) キンドルの書籍を全米 1 万以上の地域図書館で貸し出すサービスを開始 28) 29)。

2) 数万点の教科書をユーザーのキンドル端末にレンタルサービスを開始 30)。

3) プライム会員制の電子書籍ライブラリーで出版社と協議。電子書籍のサブスクリプション

・サービスであり、電子書籍版のブッククラブである。

4) プライム会員制に無制限のストリーミングサービスの追加表明。

5) キンドルユーザーのプライム会員向けに、電子書籍の無料貸出サービス「Kindle Owners' Lending Library」を開始 31)。

6) キンドルユーザーにご近所のクーポンを配布。

7) 電子書籍の新フォーマット「Kindle Format 8」を発表、クロスメディア展開へ 32)。

これらから見てくるアマゾンの戦略は、オンライン物販サイトでの大規模会員を基盤

に、キンドルの低価格提供による、短期間の多量普及を図り、電子書籍、電子雑誌の大きな販売シェアの確保を行い、「アマゾン侯国」を築くとともに「グーグル帝国」や「アップル王国」への浸透も図る、というビジネスモデルである。

OS クロームのオープンソースでの無償配布、改変の自由を保障し、検索エンジンの「領土」維持、拡張を期す「グーグル帝国」に対しては、ブラウザ・クロームに対応したアマゾンシルクを配布し、「アップル王国」についてもブラウザ・サファリにアマゾンシルクに対応させている。特に、「アップル王国」対策は、1) アップル社のコンテンツ審査基準のあいまいさ、2) AppStore のアプリケーション内課金システムへの縛り、3) 他のサイトへのリンクと誘導の禁止、などコンテンツホルダーである著者、出版社の不満を察知した戦略を進めている。

それは単に電子書籍、電子雑誌の販売サイトのモデルだけでなく、対図書館ユーザー、ブッククラブモデル、高等教育市場教科書、アマゾン会員制への優待コンテンツ提供などあらゆるビジネスモデルを駆使し、「グルーポン」型サービスをも導入した総合戦略のもとに推進している。なお、プライム会員制の対象は「Kindle Fire」購入者のみであり、「iPad」や「Android」タブレット、スマートフォンなど他の端末で動作するキンドルアプリケーションには対応していない。アマゾンによるユーザーの囲い込み戦略である。

さらにその先には、書籍、雑誌のみならず、動画、新聞等の時代制約で配信経路が分かれているコンテンツの総合的提供、リッチメディア対応、クロスメディア戦略への自社像が見えている。コンテンツの総合プラットフォーム構築、アマゾン生態系の構築である。

この意味で、新端末「Kindle Fire」は、単に多機能タブレット端末ではなく、ユーザーにとってはアマゾンの提供する多様なサービスの窓口、アマゾンにおいてはユーザー囲い

込みの戦略展開のキーデバイスと位置付けられよう。

5. 電子書籍の多軸からの考察

以上、電子書籍に関連して、新しい技術動向、価格モデル、「黒船3社のビジネスモデル」を考察した。

しかし、これらとは別途に、電子書籍について多くの言及、論考が現在行われている。言及対象の電子書籍は個々に限定条件下での電子書籍であり、論考は部分的である。しかし電子書籍を一つの括りで扱うことには無理があるように思われる。以下、電子書籍の多様性をいくつかの分析軸に従い検討する。

5.1 電子書籍の技術区分

電子書籍をコンテンツの技術的側面から見ると、次の5区分がある。

(1) テキストファイル:最も基本的な電子書籍であり、互換性、可搬性も問題がない。ただし、コンテンツの表現力に大きな制約がある。

(2) スキャン画像系ファイル:国立国会図書館の大規模電子化ファイルから、個人データのファイルまで幅広い範囲のファイルが存在する。データ圧縮形式が並存するが、現時点ではファイル可搬性は保持されている。ただし、画像関係の技術進展は早く、画像データの画素数などの陳腐化は早い。

(3) PDF系: DTPファイルからの作成ファイルなど。図表、レイアウトなどは保持される。ただし、アドビ社の特定テクノロジーAcrobat群に依存する。既述のHTML5の普及との関係も懸念される。

(4) XML系(EPUBなど):リフローが可能、文字主体コンテンツ向き。EPUB3等については既述。

(5) マルチメディア・コンテンツ:文字、音声、画像データなどの多様な組合せ、リッチコンテンツとも呼ばれる。多くのファイル規格の連携がされている。マルチメディア・

コンテンツにおいては、電子書籍、電子雑誌、電子新聞という出版業界の枠を超えて、放送、映画等の多様なコンテンツとの差異が融けてくる。

電子書籍はこのように多様な技術、コンテンツ、ファイル群の組合せである。ファイル互換性、可搬性、保存性などは、取り上げた順に困難になる。またたとえファイル互換があっても、実際のファイルには独自のDRMで「ロック」がされている。この点でも可搬性、保存性など多くの課題を残している。

5.2 電子書籍の表示デバイス

電子書籍の表示デバイスは、マルチスクリーンへ移行している。1)スマートフォン、2)タブレット端末、3)パソコン、4)電子書籍専用端末、5)その他、ゲーム専用機、TVなどである。しかしこうした区分は、現時点における電子機器の商品区分にすぎない。技術のコモディティ化の中でこうした区分も徐々に融けていく。例えばアマゾンが発表した「Kindle Fire」は、マルチメディア・コンテンツへの対応を企図している。この方向には、マルチスクリーン/マルチユース、端末に合わせたユーザー・インターフェイス、コンテンツ/サービスのシームレス化が見えている。

5.3 電子書籍の単位

多くの電子書籍についての考察は、現在の紙書籍の単位(パッケージ・メディア)を暗黙の前提にしているようである。電子書籍が書物の「解体」に繋がる可能性については、グーグルの項で述べた。すでに多くの検索エンジンで提供されている辞書、事典類やウィキペディアは実際には検索を介した項目単位の電子書籍といえる。また、一部の出版社によるミニ電子書籍の発刊や、雑誌記事、論文のペイ・パー・ビューのモデルもこの範疇に属する。ダイレクト・リンキング技術も文献の断片化を進める。

一方、EPUB に代表されるリロード機能は、電子書籍の「ページ」や「組版」の概念を溶解させた。先行文献の参照/引用の上に成立してきた文献宇宙は、引用の「基準原点」失う。写本の時代に戻ることなく、新たな「基準原点」となるのは、聖書のコンコーダンスの世界であろうか。

5.4 電子書籍の利便と個人情報

しかし、電子書籍が開く世界は、バラ色ばかりではない。電子書籍販売サイトの「レコメンデーション」や、電子書籍の媒体移動時にもユーザー情報が継続されるサービスなどは、利便と個人情報記録とのユーザー利益の相反をもたらしている。米国で新たに発売された Kindle Fire は 33)、クラウドと連動する独自ブラウザ「アマゾンシルク」の個人情報保護問題への懸念が表明されている 34)。

さらにアマゾン、ウェブ・ブラウザでアマゾンの電子書籍を読むことができるアプリケーション Kindle Cloud Reader を頒布し、プラットフォーム制約からの「自由」を表明している。Kindle Cloud Reader は HTML5 で開発され、当面はグーグル・クロームとアップルのサファリに対応している。背後にあるビジネスモデルは、「アップル王国」、「グーグル帝国」への密やかな侵入である。

6. 電子書籍と公立図書館

公立図書館をビジネスモデルとして考えて見ると、イニシャル投資等を除くと、運営原資は設置地方公共団体等の単年度予算である。対象ユーザーは、「住・職・学」に示される設置地方公共団体の住民及び「関係者」である 35)。また地域総合目録の構築や横断検索機能の導入などを技術的な核として、広域の図書館相互協力の推進も拡大している 36)。

しかし、公立図書館が図書館法に基づく「無料原則」に立つ以上、そのイニシャル投資はおろか人件費をも含むランニングコストの回収モデルはありえない。社会資本整備の立場、

公共知識基盤の維持政策の一環であろう。

ここで一般に主張されてきた「無料原則」サービスの論拠は、「知る権利」から始まる国の責務論、地方公共団体の責務論である。しかし、従来の責務論に依拠することでは、「住民」(相互利用協定の対象の住民を含む)以外への資料無償提供サービスの論拠は説得性が弱い。これに対して「課題解決型図書館」像の提唱が行われ、図書館像をめぐる論争が繰り広げられてきたが、ここでは触れない 37)。

一方、公立図書館でのデジタル情報へのアクセス提供を考えると、以下の 5 点のサービスが考えられる。

6.1 図書館資料のデジタル資料への拡張

CD-ROM、DVD などのデジタル媒体を使用した情報パッケージの検索、閲覧、貸出のサービス。コンテンツには、調査、研究用データベース系のものとコンテンツ・パッケージ化された様々な電子書籍がある。現在では過渡期のデジタル媒体の使用型サービスと考えられる。

6.2 インターネット・アクセスポイントの公共提供

現在は、インターネット・アクセス端末の時間貸しサービスである。モバイル機器類でのアクセス普及とともに、徐々にサービスとして陳腐化しつつある。情報環境としては WiFi、WiMAX アクセス環境の提供へと移行していくであろう。ただし、各種レファレンス・サービスと組み合わせれば、一種のデジタル・コンシェルジュ・サービスという付加価値サービスへの展開の可能性も考えられる。大学図書館界では、ラーニング・コモンズの文脈の中で語られている。ただし、維持経費の社会的理解(図書館の説明責任)は、別途に存在する。

また、「インフォ・プアー」への社会的保障環境としての意味は残ろう。

6.3 ネットワーク情報資源へのゲートキーパー

図書館独自でネットワーク情報資源へのリンク集を維持し、ネットワーク情報資源へのアクセス提供を行うサービス。図書館規模にもよるが、徐々に「メタリンク集」へのリンクが始まっている。ただし、調査・研究に耐えうるような網羅的、悉皆的なリンク集の維持は単独図書館、地域図書館網では困難であり、大学図書館界で検討されてきたリンキングテクノロジー、同リンク維持サービスの導入が必要となる。

6.4 情報の編集、発信機能

地域資料、郷土資料等を中心としたデジタル・コンテンツのコレクション構築とネットワーク公開サービス。例えば、岡山県立図書館による「デジタル岡山大百科」などの試みであり 38)、地域との共創の世界である。学校図書館での調べ学習等の郷土研究素材、郷土史研究の資料、さらには観光資源への発展という道も夢想される。同様の試みは、公立図書館の所蔵する「文庫資料」や「特殊コレクション」などにおいても、マイクロフィルム化事業などと並行して進められている。

こうした営為に敬意を表するとともに、さらに一步を進めていただけることを期待したい。例えば、1) 自館資料の非デジタル資料(主に、紙資料)をも含めたシームレスな「デジタル大百科」、「地域コレクション」構築や、2) 電子化され、無償公開される国立国会図書館等の他の図書館の電子資料コレクションとのリンク形成など、デジタル情報、ネットワーク流通を背景としたシームレスなコレクション・ディベロップメントなどへの展開である。次世代図書館 OPAC での一つの課題であろう。

6.5 電子書籍システムの導入、提供

生駒市図書館の先駆的な「実験」を経て、東京都千代田区立千代田図書館、堺市立図書館などでの導入、提供の試行が始まっており、

公立図書館界の関心も深いようである 39)。ただし、いくつかの課題点が浮かんでいる。

6.5.1 「蔵書」としての電子書籍

電子書籍の点数が絶対的に少ない。いくつかの事例報告では、アクセス可能な電子書籍は 2,000 点程度である。これは紙書籍に置き換えて、標準的な 6 段書架で概算すると、30 点/1 段として、180 点/1 連、2,000 点/11 連、程度の「蔵書量」である。

仮に 10 万冊～30 万冊の中規模図書館を仮定しても、開架資料の中間値 20 万冊の 1%である。しかも、電子書籍は毎年度新規の電子書籍に入れ替わらない。一方、年間に開架資料の 5%(中間値では 1 万冊)が紙資料で新規購入されるとして、電子書籍の初期ボリューム 2,000 点はそれに対して最大 20%であるが、初期値での比較は上述のように意味をなさない。

6.5.2 電子書籍の利用システムの「費用対効果比」

電子書籍の利用システムのイニシャル/ランニングのコストが公開されていないので「費用対効果比」の正確な検証ができないが、現在の公立図書館の現状からは少なくとも「来館型」利用者へのサービスとしての費用対効果比は薄いように推測される。この事業が一定の積極的なサービスとしての意味—説明責任—があるとすれば、「非来館型」サービスの新たな展開への踏み出し、という構想であろう。しかし、こうした「非来館型」サービスの展開は、その設置自治体の住民等の居住空間、交通網等の条件など様々な要因を総合的に検討して導入されるべきものである。全国の公立図書館全体に「適用」できるような超マニュアル、規範は存在しない。先鞭をつけられている公立図書館においては、是非、導入への基本構想、サービス対象利用者の各区分による分布、事業の費用対効果比の評価、利用者の客観的データに基づく反応・評価な

どを「公開」願いたい。全国の公立図書館で共有したい貴重な「先駆的実験データ」と考える。

6.5.3 アクセス権/バックファイルアクセス権？

電子書籍の利用システムの導入にあたって、契約時のコンテンツへのアクセス権利関係が外部からは不明である。逆から言えば、契約解消時のバックファイルへのアクセス権が不明である。過去の「新規導入サービス」に比類すれば、データベースアクセス権のように契約期間年の権利としたのか、当該図書館の電子的アクセスを行う「蔵書」としたのかの相違である。ただし、物理媒体資料のみを扱ってきた時代においても「保存図書館」機能を活動範囲に持たなかった公立図書館においては、コミュニティ図書館としての別途の役割が存在する。

なお、契約年度単位でのアクセス権の確保であれば、それは商用データベース導入と本質的に変わる点はない。

6.5.4 読書履歴保持/個人情報

読書履歴保持/個人情報の相反状態は、「5.4 電子書籍の利便と個人情報」の項で詳述した。こうした点について、公立図書館での電子書籍導入サービスがどのようなシステム/契約になっているかは不明である。技術的には、当該図書館の利用者 ID と電子書籍提供外部システムの利用 ID/パスワードのテンポラリーの「紐付け」であろうが、「図書館の自由宣言」は、透明な情報公開が基礎である。

いずれにせよ、電子書籍を導入した新しいサービスへの一步は評価したい。しかし、根本的には設置自治体にとって当該公立図書館とはなにか？これを今一度、自問する必要があるはしないであろうか。自治体の基本戦略の中のどの部分を、設置公立図書館は担う役割なのかである。それは、図書館法第 2 条の

「図書館とは図書、記録その他必要な資料を収集し、整理し、保存して、一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資することを目的とする施設」の今日的な意味を問い直すことから始まる。

それは、図書館はなにができるかではなく、図書館があることによって人々はなにができるか、という問いである。

7. さいごに

電子コンテンツ業界の観測誌『OnDeck』は、「個別の電子書籍の発行の話題から、プラットフォームの話題へ向かいつつある」と報じている 40)。2010 年の電子書籍元年がようやく離陸した兆しの言葉である。同誌が個々の出版社の電子書籍刊行の状況を報じていたのは、ほんの半年もたたない時期である。情報のデジタルへの収束とネットワーク流通の世界は進展が急速である。

2011 年 9 月 15 日、出版社 20 社、全出版物のデジタル化を目指す新会社「出版デジタル機構(仮称)」設立に合意したと報じられた 41)。設立目的の「3) 国立国会図書館が電子化を行った雑誌・書籍の民間活用」の詳細は不明であるが、国立国会図書館を巡る「長尾構想(私案)」との接点は明確には見えない。稿を改めて取り上げたい。なお、フランスでは 2000 年以前の絶版書のデジタル化権を強制掌握する俗称「ギロチン法」が 2012 年に制定され、大きな反発をまねいている 42)。

なお、2012 年 1 月 10 日付で、「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」の報告が文化庁から公表された。主な論点は、(1) デジタル・ネットワーク社会における図書館と公共サービスの在り方に関する事項、(2) 出版物の権利処理の円滑化に関する事項、(3) 出版者への権利付与に関する事項の 3 点である 43)。

他方の公立図書館では、前年度の後半から概算予算の要求を始め、次年度春以降に予算執行手続きを始める現在の公会計制度下では、

当初の導入システム調査からすると実際のシステム稼動時には約 1.5 年以上が経過してしまう。東海道五十三次を徒歩でいくかの感が否めない。

マルチスクリーン/マルチ・デバイス時代への対応は、各デバイスに合わせたユーザー・インターフェイス、コンテンツとサービスのシームレス化、ユーザーのデータはクラウドへ、が基本路線となる。その上でユーザー体験を途切れさせない工夫、努力が求められる。

ただし、初期の Kindle は過去の紙書籍の衣をまとって登場したが、iPad、Nook Color、Kindle Fire におけるマルチメディア、マルチタッチなどの流れは、紙書籍よりも Web ページに近い。アマゾンが採用した X-Ray 技術は、ハイパーリンクのレスポンス向上のために、ウィキペディアなどの該当記事を同梱することを表明している 44)。また、電子書籍における「リサイズとリフロー」は、紙書籍において確立したページ、行の概念を解体するし、さらには知識のパッケージとして固着していた「独立した本」が構成していた知識の宇宙の構成も危うい。

書物の文節化、すなわち、本から、新聞、雑誌が分化、誕生したように、単一の印刷図書から、新しいコンテンツのカテゴリーが生まれた。近代印刷術をグーテンベルクが発明してから、印刷本が「本」として認知、受容されるまで数百年の時間が必要であった。これは、近代印刷術のさらなる進展一例えば、読みやすい文字フォントの開発、図版の印刷技術の登場など一が必要であった 45)。

電子書籍も同様に、今、黎明期にある。アラン・ケイの「未来を予測するには、未来を発明すればいい」という主旨の発言が想起される 46)。

注)

1) 村上泰子、杉本節子、北克一『国立国会図書館電子図書館構想の変遷と課題—合意形成

過程としてみた「長尾構想」を中心に—』図書館界, 62 巻 2 号, 2010 年 7 月, pp.128-137.

2) 湯浅俊彦、村上泰子、北克一『電子書籍の諸相、図書館の立ち位置』図書館界, 63 巻 2 号, 2011 年 7 月, pp.124-133.

3) text:村田真「連載 EPUB の国際規格化ライブメモ」第 1~最終回。『OnDeck』創刊号(2010 年 12 月 22 日)~Vol.8(2011 年 7 月 6 日)までに詳しい。

4) HTML5 は、当初オペラソフトウェア、モジラ、アップルの 3 社が 2004 年に結成した「WHATWG(Web Hypertext Technology Working Group)」というコンソーシアム提案が元である。その後 2009 年 3 月の W3C 総会において、袋小路にあった XHTML から WHATWG 提案の拡張 HTML との合体へと路線変更を行い、HTML5 として現在に至る。

多くのステークホルダーがコミットをしている。

例えば、グーグルは 2009 年 5 月の「グーグル I/O」イベントにおいて HTML5 のサポートを表明した。同社のビジネスモデルでは、マルチ・デバイスの情報端末に限定せず、家電等のホームネットワークや自動車等の交通網なども広告媒体として拡張することが望ましい。またクローズドなシステム、プラットフォームを展開してきたアップルもそのビジネスモデルに反して HTML を支持している。

アップルにとっては、1) アドビ社の Flash がデバイス標準となることの阻止、2) グーグルやマイクロソフト等の支持を集め、デファクト・スタンダードになる HTML の動向に逆らえない、などの戦略的判断があるように推測される。マイクロソフトも、2011 年 9 月 IE9 において、HTML5 を全面サポートした。W3C での標準化作業の進捗状況によるが、2012 年以降に正式に W3C 勧告(Recommendation)がされよう。

5) 現在のウェブ・アプリケーションを構成する主要要素は、マークアップ言語である HTML(Hyper Text Markup Language)、ス

スタイルシートである CSS(Cascading Style Sheet: 1997 年 W3C 勧告の HTML4 から分離実装)、動的アクションをプログラミングする Javascript の組合せである。

6) 1)の Javascript での本格的な情報処理は、例えば、「ビデオ・タグ」、「オーディオ・タグ」などがある。いずれも API(Application Program Interface)とともに実行される。これらがブラウザ本体に実装されることにより、ユーザーはアドビ社の「Flash Player」やマイクロソフトの「シルバー・ライト」などのプラグイン・ソフトウェアの追加導入が不要となる。

また「ドラッグ&ドロップ API」と「ファイル API」を組み合わせれば、デスクトップとブラウザ間のドラッグ&ドロップが可能となる。これはHTMLにより手元の情報端末(こちら側)とインターネット上のウェブ・サーバー(あちら側)との境が操作上なくなることを意味し、ユーザー端末での記憶装置の極小化を図れる。ユーザーから見れば、無限の記憶装置を持つウェブ環境が処理のプラットフォームに変わる。Gmail ではすでに実装されている。

さらに、「ウェブ・ストレージ API」を使用すると、インターネット切断環境下でもアプリケーションを継続、データ等の自動同期が可能となるし、ブラウザとサーバーの双方向通信を実現する機能「ウェブ・ソケット」ではリアルタイム双方向通信が可能となる。

2)の HTML 文章の論理構造の明確化は、挫折した XHTML の論理構造要素の指定タグであり、例えば「article」タグは記事本文を意味する。構造化ウェブ、エージェント・プログラムに対応する機能である。

3)の 異なるブラウザ間の互換性の実現の向上は、ブラウザ開発者の協力体制の基礎としての HTML5 であり、互換性問題の格段の向上が期待されている。

7) アップルは 2007 年発売の iPhone、2010 年発売の iPad から Flash Player を排除して

いる。例外的にユーチューブだけは iOS 専用のアプリケーションで閲覧可能である。

同様に開発者コミュニティの囲い込みには、AppStore のネイティブ・アプリケーション開発言語に独自言語「オブジェクト C」を提供している。ここでネイティブ・アプリとは、アップルの iOS 使用デバイス側にダウンロードして使用されるアプリケーション・プログラムである。ただし、アップル自身もグーグル対抗措置として、徐々に AppStore の HTML5 への移行を企図していると推測できる。

一方、グーグルは 2010 年末に HTML5 による「クローム・ウェブ・ストア」を開設し、AppStore に対抗するオープン・プラットフォーム確立を企図し、ネイティブ・アプリからウェブ・アプリへの移行を促進している。オープン・プラットフォームの覇者として認証・課金機能を提供し、「王国」を統治するモデルである。なお、グーグルは米国時間 5 月 26 日、同社メールサービス「Gmail」向けに「ピーブルウィジェット」と呼ばれる新機能を今後 2 週間にわたり順次公開することを発表した。グーグル初期画面のカスタマイズ化と、グーグルの各種サービスの統合化への布石である。

8) ただし、HTML5 の動画のファイル圧縮形式(CODEC)は未だ確定していない。同一コンテンツが異なるブラウザで円滑に再生されるには、この圧縮形式の共通化が必要である。2011 年時点で、ブラウザ「サファリ」を提供するアップル、「IE」を提供するマイクロソフトは、CODEC として「H264」を支持している。「H264」は ITU-T(国際通信連合・電気通信標準化部門)が定めた方式であり、ライセンス管理団体「MPEG LA」へのライセンス料金の支払いが必要であったが、2010 年のネット配信の動画に限定して無償化が図られた。また、オペラ、モジラはオープンソースの「Ogg Theora」及び「VP8(webM)」を支持している。さらに、「クローム」を提供するグーグルは、現在では「VP8(webM)」を支持し

ている。

一方、コンテンツ側に目を転じれば、ユーチューブや CNN、ニューヨーク・タイムズ、タイムズなどが、HTML5 対応へ動いている。

9) 独占禁止法では、再販売価格の指定は禁止されている。書籍、雑誌、新聞及びレコード類は、この禁止の例外的な商品である。書籍流通を取り上げた類書で「再販制度」という呼称のもとに、これら商品すべてが再販売価格の指定商品であるかのような解説があるが、誤りである。法では、再販売価格を指定してもよい、という例外商品という位置づけである。逆に、指定しないことがデフォルトである。ただし、実際の流通においては委託販売制度とともに、定価販売(再販売価格指定の書籍、雑誌)が圧倒的大多数であり、例外がデフォルト化している。

ただし、出版不況が続く現在、返品率の上昇はこうした旧来の制度疲労を明らかにしている。「電子書籍元年」と 2010 年に出版業界あげての「熱狂」と「危惧」はこうした影響を受けている。

10) 弱小出版社や自費出版に対応したビジネス・プラットフォームモデルである。30%というエージェンシー(プラットフォーム提供者)の取り分条件を逆に計算すれば、著者、出版社の利得は計算上 70%にもなる。これは真、であろうか。

例えば、アマゾンの該当条件を示しておく。(脇 英世『アマゾン・コムの野望—ジェフ・ペゾスの経営哲学—』東京電機大学出版局, 2011.6, p.264)

さらに 70%ロイヤリティオプションの資格を得るために、本は以下の要請のセットを満足しなければなりません。

- ・著者と出版社の供給する小売価格は 2.99 ドルから 9.99 ドルの範囲になければならない。
- ・この小売価格は物理的な本の最も低い物理的小売価格よりも最低 20%安いこと。

- ・タイトルは著者と出版社が権利を有するすべての土地で利用(可用)できること。
- ・タイトルは読み上げ機能(テキストツースピーチ)のようにキンドルストアの広範な機能セットに含まれること。
- ・このロイヤリティオプションの下では、物理的な本の価格を含んで、競争力のある価格設定か、それ以下で提供されること。

以上の条件をすべて満たす電子書籍を想起した後にも、70%の「夢」は健在であろうか？

11) 「電子書籍価格で独禁法違反疑い アップルなど調査 米欧当局」『日本経済新聞社』2011 年 12 月 8 日(木)夕刊 2 面。

12) 米国では 3 社以外に、バーンズ&ノーブルやソニーなども配信サイトを運営している。

なおバーンズ&ノーブルは、2011 年 11 月 7 日に米国において、カラータブレット端末「Nook Tablet」を発売した。しかし、インターネットの生態系をめぐるグーグル、アップル、アマゾン、フェイスブックの「銀河の神々の戦」の前では、電子書籍という限定された局地戦である。

バーンズ&ノーブルの歴史と概要については、例えば、次を参照。

脇 英世「第 6 章 バーンズ&ノーブル・コムの栄光と悲慘」(所収:『アマゾン・コムの野望—ジェフ・ペゾスの経営哲学—』東京電機大学出版局, 2011.6, p.118-134.)

また、全米第 2 位の書店チェーンであったボーダーズの倒産については、例えば、次を参照。

南 徹「米国の書店チェーンの倒産による読書環境の変化と日本の電子書籍ビジネス—ボーダーズの倒産に遭遇して—」『情報学=Journal of Informatics』 8(2), 2011.9.

URL: <http://ojs.info.gsc.osaka-cu.ac.jp/JI/> [参照: 2011-11-09]

13) 例えば、『日本経済新聞』2011 年 10 月 20 日朝刊一面の記事「アマゾン、日本で電子

書籍」では、次のように報じている。

インターネット通販で世界最大手の米アマゾン・ドット・コムは日本で電子書籍事業に参入する。小学館、集英社など出版大手と価格設定などで詰めの交渉に入っており、年内にも日本語の電子書籍を購入できるサイトを開設。(中略)自社の電子書籍端末「キンドル」も投入する構え。

なお、同記事中で「国内の主な電子書籍配信サイト」が紹介されている。(後掲表参照)

14) 前掲 2)

15) 背景では、ユーザーの行動履歴、個人情報を集積し、ソフトウェアによって自動的に解析することで、ユーザーの行動分析を行っている。

16) アンドロイドを採用するメーカーにとっては、OS 開発の開発時間の短縮・特に動作検証の時間・、開発経費の短縮にはなるが、一方では同一 OS のもとでの商品展開となり、コモディティ化と価格競争の泥沼の悪夢がある。

また技術的には、ソース公開の OS であるため、各社による改変が可能であり、逆にデータの互換性の問題や、セキュリティの保持の課題などがある。

さらには OS の大きなバージョンアップはグーグル社が行うため、アンドロイド採用メーカーは常にそれに対応するキャッチアップが必要となる。1970 年代の IBM ウォッチャ

ーならぬグーグルウォッチャーの必要性である。特にグーグルがモトローラ社を買収してからは、携帯電話生産の各社は悩ましい状況にある。

17) 「グーグル+」に企業やブランドなどがページを開設できる機能「グーグルプラスページ」が、米国時間 2011 年 11 月 8 日に新設された。SNS を通じたブランド構築支援市場の基盤提供を目指す戦略展開であり、フェイスブックとの激突である。

18) アップルの事業収益は、PC 及び iPhone/iPad/iPod Touch の製品群の販売と、専用・直営の AppStore での決済手数料 30% である。アップル製品の普及拡大 → AppStore ユーザーの増加 → 決済手数料の増加と → 有料アプリケーションの増加、という成功の循環モデルである。ちなみに日本での携帯電話キャリアの決済手数料は 10% 程度である。

なお、2011 年秋現在での AppStore での提供アプリケーション数は、約 30 万本とされている。「商品の大海」の中でアプリケーション提供者の残酷な競争が起きている。

19) 例えば、アップルが使用している DRM(Digital Rights Management) 技術である FairPlay は、PC 間のコピーは制限しているが、端末へのコピーは制限がない。ユーザーに対して「優しい顔」とオープン風の対応は、計算されつくした合理性の裏打ちがある。

表 国内の主な電子書籍配信サイト(『日本経済新聞』2011 年 10 月 20 日朝刊一面より)

サイト名	運営会社	コンテンツ数	対応機種
Reader Store	ソニー	28,000 点以上	専用端末、アンドロイド端末
Book Web Plus	紀伊国屋	20,000 点	iPhone、アンドロイド端末、パソコン、ソニー端末
honto	大日本印刷、NTT ドコモなど	50,000 点	iPhone、アンドロイド端末、パソコン
ガラパゴスストア	シャープ	36,000 点	専用端末、アンドロイド端末
Raboo	楽天	20,000 点	パナソニック端末
Book Live!	凸版印刷、インテル	35,000 点	アンドロイド端末、ウィンドウズホン、パソコン、iPhone

20) 当初アップルは、同社が提供するオーサリングツールを使用した電子書籍の有償販売の権利をすべて同社が保有するとしていたが、多くの批判を受け、ファイル形式「.ibooks」のみに適用すると、「iBooks Author」の規約を修正した。

21) 同様のネット通販を展開する楽天とは、モデルが異なる。楽天市場は、多くの小売ショップを集め、横断的に検索、注文、課金処理を行う仕組み、バザール・モデルである。一方、アマゾンでは直営を基本とした単一の巨大ショップである。

22) アマゾンのビジネスモデルについては「ロングテール」モデルで語られることが多い。多くの品揃えがユーザーを引きつけており、80%の「テール」部分の売り上げも多いという解説である。ここで見逃しがちなのは、「テール」部分は競合他社も少なく、価格競争も激しくない、という点である。価格.comの泥沼からの乖離モデルである。

23) 米国においては出版社との直接取引で、書籍と電子書籍を一括で買い取るモデルを展開している。日本では、書籍は取次の大阪屋を通して。ただし、電子書籍においては出版社との直接交渉を行っているようである。前掲 12)

24) 「キンドル」は初期から、安価な価格で販売されている。例えば、最新の Kindle Fire は、米国で 199 ドルである。例えば、日本で電子書籍マーケットを展開しているソニーの Reader は、実売価格は 2 万数千円前後である。ある意味では「0 円ケータイ」モデルと類似する。

25) キンドルの通信機能は、第 3 世代規格の W-CDMA/HSDPA である。パソコンを介さなければ、電子書籍端末へ電子書籍のダウンロードができない国内電子書籍のモデルと比べて、ユーザーの利便差異は明らかである。

現在の電子書籍端末での読書環境は次である。

パソコンを立ち上げ、ネット接続を行い、

電子書籍端末をパソコンに USB 接続して電子書籍マーケットに接続する。電子書籍を選択し、課金手続きを行い、パソコンにダウンロードする。電子書籍専用ソフトを使用して、電子書籍端末にファイル転送を行う。電子書籍マーケットとの接続を断ち、電子書籍端末で対象電子書籍を選択し、やっと読める。

なにやら、昔の閉架書庫、請求記号、出納要求、貸出票記入、貸借、という手順を髣髴とさせる。日本における電子書籍市場が携帯電話市場に偏っている原因の一端かもしれない。なお、SonyReader など一部電子書籍端末は、WiFi 接続の新機種を追加投入したが、読書端末本体そのものに、通信機能はない。

26) 電子書籍のダウンロードや定期刊行物の配信の通信料金は、電子書籍等の価格に含まれている。ユーザーから見れば、「タダ」に感じる。書籍や雑誌の購買において、物流経費をユーザーが別途に取次に支払わないのと同様である。携帯電話での使用時には、通信キャリアの認証・課金システムで実現がされている。

27) 『OnDeck Weekly』Vol.8, 2011 年 10 月 6 日。

28) アマゾン社の広報サイト(<http://phx.corporate-ir.net>)で、「Kindle Library Lending Books for Kindle Books」プログラムの開始が発表された。米国内の地域図書館 11,000 館を対象として、当該図書館利用者の Kindle 端末で貸出をスタートした。

URL: <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1608874&highlight=> [参照: 2011.10.26.]

29) 『OnDeck Weekly』Vol.9, 2011 年 11 月 4 日。

同サービスの「体験記」(マイコミジャーナル)では、同時貸出の禁止、予約通知、通算の貸出回数の付与のライセンス形態、利用者の書籍への書き込み(アノテーション)の保存などの機能が報告されている。

この中で、アノテーションは再貸出時にも

引き継がれる。アマゾンのクラウド内に利用者 ID とタグ付けで記録されているのであろう。同様の技術は、個人購入の電子書籍においても媒体を超えて引き継がれている。利便と個人情報の相反関係である。

30) 「Kindle Text Book Rental」の名称で数万点の教科書を対象に、30 日から 360 日までの期間を自分のキンドルにダウンロード、有償レンタルできるサービス。さらに 1 日単位のレンタル延長や個人購入に切り替えも可能。アノテーションの引継ぎシステムは、前述 29) に同じ。

31) David Carnoy、翻訳校正：湯本牧子、福岡洋一「アマゾン、プライム会員向けに電子書籍の無料貸出サービスを開始」『CNET Japan』2011/11/04 12:27.

Amazon.com は、電子書籍の貸出をめぐる競合各社をいら立たせるに違いない興味深い展開として、「Kindle Owners' Lending Library」を公開した。これは「Amazon Prime」会員が電子書籍を月に 1 冊無料で借りられるサービスで、返却期限は設けられていない。

Amazon は、この新しいプログラムで提供する書籍の数について具体的な数字を示さなかったが、「5000 冊を超える」と述べており、この中には「The New York Times」が選ぶ新旧ベストセラー 100 冊が含まれるという。驚くことではないが、米 CNET では Amazon が発行した電子書籍も数多く含まれていることを確認した。

Amazon Prime 会員は年会費が 79 ドルで、Amazon の動画サービス「Prime Instant Videos」にも無料でアクセスできる。電子書籍の無料貸出サービスを追加することによって訴求効果が高まるのは確実で、199 ドルの「Kindle Fire」がさらに魅力的に映る。この新しい貸出プログラムは電子書籍専用端末の Kindle でも利用できるが、「iPad」や「Android」搭載タブレットおよびスマートフォンなど他の端末で動作す

る Kindle アプリケーションには対応しない。(中略)

他の Kindle 書籍の場合と同様、借りた書籍への書き込みや強調表示、ブックマークは保存され、「書籍を購入するか再度借りた場合にはそれらが表示される」と、Amazon は述べている。借りられる書籍は 1 度に 1 冊で、新しい書籍を借りたい場合はそれまで借りていた書籍を端末から「返却」すればよい。

32) Stephen Shankland、翻訳校正：編集部「アマゾン、電子書籍の新フォーマット「Kindle Format 8」を発表」『CNET Japan』2011/10/24 12:46.

Amazon は電子書籍フォーマットの機能を一新して名称も変更し、ウェブ技術を取り入れるとともに、グラフィックスや複雑なレイアウトを処理する機能を向上させた。

米国時間 10 月 20 日に行われた Amazon の発表によると、「Kindle Format (KF) 8」が旧フォーマットの「Mobi 7」に取って代わるという。

Amazon は発表で次のように述べている。「『Kindle Fire』を見れば分かるように、パブリッシャーは KF8 によって、絵本、コミックおよびグラフィックノベル、技術書や工学書、料理本など、リッチフォーマットやリッチデザインが求められるジャンルで、見栄えのする書籍を制作できるようになる。KF8 は Mobi フォーマットに取って代わり、固定レイアウト、テーブルのネスティング、コールアウト、サイドバー、Scalable Vector Graphics (SVG) など、150 を超える新しいフォーマット機能が加わって、読者に愛される Kindle 書籍を作るさらなる機会を切り開く」(中略)

KF8 が Web 技術をサポートするのも、この技術がクロスプラットフォームであることを考えると、たいして意外なことではない。KF8 は、Web ページのコンテンツをコード化するハイパーテキストマークアップ

言語（HTML）と、複雑さを増すフォーマッティングを処理するカスケーディングスタイルシート（CSS）に対応している。

一部のパブリッシャーにとって特に歓迎すべきオプションは、ダウンロード可能なフォントを指定できる CSS の「@font-face」インターフェースの採用に違いない。このおかげで、パブリッシャーにとっては、表示デザインの選択肢が大きく広がりそうだ。

33) Kindle Fire は、199 ドルで発売されたが、原価は 209.63 ドルとの報道。

34) 「アマゾンシルクというクラウドと連動するウェブ・ブラウジング技術について、ユーザーがアマゾン以外のサイトをブラウズした履歴がアマゾン社のクラウドにそっくり残ってしまう問題」を報道している。（『OnDeck Weekly』Vol.9, 2011 年 10 月 13 日）

日本での電子書籍パッケージ導入システムの「作り」はこうした点の検証はされているのであろうか？

35) 一部の公立図書館では周辺自治体住民へのサービスも行っている。これは図書館間の相互利用協定で共通利用カード（ユーザー利便性の向上）は図っているケースと、図書館設置側からの一方向サービスとがある。

36) 例えば、次を参照されたい。

新 出「公共図書館—図書館協力とネットワーク、県立図書館を中心に—」『図書館界』61(5), 2010.1, p.334-345.

37) 例えば、次を参照されたい。

嶋田 学「図書館像をめぐる論争—理論と実践の建設的な融合を目指して—」『図書館界』61(5), 2010.1, p.307-321.

38) 例えば、森山光良「デジタル岡山大百科：電子図書館ネットワーク」『情報管理』50(3), 2007.6, p.123-134.

39) 例えば、『JLA メールマガジン』第 574 号, 2011.10.19 では、次が紹介されている。

2011 年度第 59 回大阪公共図書館大会

主催：大阪公共図書館協会

共催：日本図書館協会

日時：2011 年 12 月 2 日（金）10:00-16:00

会場：大阪市立中央図書館 5 階大会議室

テーマ：「電子書籍と図書館サービス」

内容：基調講演「電子書籍と日本の出版界」永江朗氏（早稲田大学）事例発表：

中田宏氏（千代田区立千代田図書館）山

内桂氏（堺市立中央図書館）杉本和子氏

（有田川町教育委員会）

40) 『OnDeck Weekly』Vol.9, 2011.10.13.

41) 『OnDeck Weekly』Vol.8, 2011.10.6.

設立目的として、次があげられている。

(1) 出版物のデジタルデータの保管

(2) 対図書館ビジネス代行

(3) 国立国会図書館が電子化を行った雑誌・書籍の民間活用

(4) 電子書籍ストアへの配信、売上管理、印税支払業務代行

(5) 全出版物のデジタル化支援

(6) 電子出版物に関する検討事項の討議、解決の場の提供

42) 「欧州中の作家が激怒!! 仏政府が 2000 年以前の絶版書のデジタル化権を強制掌握へ」

『hon.jp Day Watch』2012-03-01. URL: <http://hon.jp/news/1.0/0/3140> [参照: 2012-03-20]

【編集部記事】欧州圏の複数の作家ブログによると、フランス議会は現地時間の 2 月 23 日、2000 年以前の絶版書のデジタル出版権をフランス文化省が強制掌握する法律を可決したとのこと。記事によるとこの法律は「流通されていない 20 世紀の商業書籍のデジタル化に関する法律（Loi relative a l'exploitation numerique des livres indisponibles du XXe siecle）」。

この法律では、2000 年 12 月 31 日以前に出版された書籍で現在流通していない作品を、文化省認定団体が電子化権を強制取得し、半年以内に作家本人から拒否連絡がない場合は、そのまま電子化権を発行元出版社・フランス国立図書館にライセンスするという内容。

記事によると、これは著作権法違反であ

ると同時に、出版業界への利益誘導であるとして、ネット上でさっそく欧州作家たちによるデモが始まっているとのこと。

Author's Rights ブログの記事 URL: <http://blog.authorsrights.org.uk/2012/02/28/france-guillotines-copyright/> [参照: 2012-03-20]

43) 文化庁「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」報告の公表」平成24年1月10日, URL: <http://www.bunka.go.jp/bunkashingikai/kondankaitou/denshishoseki/kouhyou.html> [参照: 2012-03-20]

44) 「Kindle は「本らしさ」を殺すのか?」『マガジン航』2011年10月17日

45) もう一つの大きな背景は、近代国民国家の成立、初等教育の普及、識字率の向上に伴う「近代読者の誕生」である。

46) 同様の主旨をドラッカーは、「(イノベーションの推進力である)変化をマネジメントする最善の方法は、自ら変化を創り出すこと」と述べている。

参考文献 (図書): ハウツー本は除外した。

1. 石川幸憲『キンドルの衝撃: メディアを変える』毎日新聞社, 2010.1.
2. 港千尋『書物の変』せりか書房, 2010.2.
3. 長尾真『電子図書館 新装版』岩波書店, 2010.3.
4. 柳与志夫『千代田図書館とはなにか: 新しい公共空間の形成』ポット出版, 2010.3.
5. 西田宗千佳『i Pad vs キンドル-日本を巻き込む電子書籍戦争の舞台裏』エンターブレイン, 2010.3.
6. 佐々木俊尚『電子書籍の衝撃: 本はいかに崩壊し、いかに復活するのか?』ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2010.4.
7. 田代真人『電子書籍元年: i Pad&キンドルで本と出版業界は激変するか?』インプレスジャパン, 2010.5.
8. 東浩紀、濱野智史編『ised: 情報社会の倫理と設計 倫理編』河出書房新社, 2010.5.

9. 東浩紀、濱野智史編『ised: 情報社会の倫理と設計 設計編』河出書房新社, 2010.5.
10. スティーブン・ウインドウォーカー『Kindle 解体新書』日経 BP 社, 2010.5.
11. 林信行『i Pad ショック: i Phone が切り拓き、i Pad が育てる新しいビジネス』日経 BP 社, 2010.6.
12. 中西秀彦『我、電子書籍の抵抗勢力たらんと欲す』印刷学会出版部, 2010.7.
13. 植村八潮『電子出版の構図: 実態のない書物の行方』印刷学会出版部, 2010.7.
14. 高島利行[ほか]『電子書籍と出版: デジタル/ネットワーク化するメディア: 2010年代の「出版」を考える』ポット出版, 2010.7.
15. 岡本真, 仲俣暁生編『ブックビジネス 2.0: ウェブ時代の新しい本の生態系』実業之日本社, 2010.7.
16. 村瀬拓男『電子書籍の真実』毎日コミュニケーションズ, 2010.7.
17. 本の学校編『出版産業、改革待ったなし!: 押し寄せるデジタル化の波/空洞化する委託/再販制度』唯学書房, 2010.7.
18. 湯浅俊彦『電子出版学入門 改訂2版』出版メディアパル, 2010.9.
19. 大原ケイ『ルポ電子書籍大国アメリカ』アスキー・メディアワークス, 2010.9.
20. 歌田明弘『電子書籍の時代は本当に来るのか?』筑摩書房, 2010.10.
21. 中村伊知哉, 石戸奈々子『デジタル教科書革命』ソフトバンク クリエイティブ, 2010.10.
22. 長尾真[ほか]編『書物と映像の未来』岩波書店, 2010.11.
23. 津野海太郎『電子本をバカにするなかれ: 書物史の第三の革命-』国書刊行会, 2010.11.
24. 萩野正昭『電子書籍奮戦記』新潮社, 2010.11.
25. 池澤夏樹[編]『本は、これから』岩波書店, 2010.11.
26. 高橋暁子『電子書籍(Kindle/iPad/Google

- Edition)の可能性と課題がよ〜くわかる本』
秀和システム, 2010.11.
27. 川崎堅二, 土岐義恵『電子書籍で生き残る
技術: 紙との差、規格の差を乗り越える』
2010.11.
28. 西田宗千佳『電子書籍革命の真実: 未来
の本 本のミライ』エンターブレイン,
2010.12.
29. 戸田覚『電子ブック自炊完全マニュアル:
あなたの本棚をデジタル化する方法』東
洋経済新報社, 2010.12.
30. ウンベルト・エーコ, ジャン=クロード・
カリエール『もうすぐ絶滅するという紙の書
物について』阪急コミュニケーションズ,
2010.12.
31. 西垣通『スローネットーIT 社会の新たな
形一』春秋社, 2010.12.
32. 立入勝義『電子出版の未来図』PHP 研究
所, 2011.1.
33. 境 祐司『電子書籍の作り方-EPUB, 中間
ファイル作成からマルチプラットフォーム配
信まで』技術評論社, 2011.1.
34. 野村総合研究所[ほか]『2015 年の電子書
籍』東洋経済新報社, 2011.3.
35. 山田順『出版大崩壊-電子書籍の罠-』文藝
春秋 2011.3.
36. 小林雅一『ウェブ進化 最終形一
「HTML5」が世界を変える一』朝日新聞出
版, 2011.5.
37. 脇英世『アマゾン・コムの野望』東京電
気大学出版局, 2011.6.
38. 武田隆『ソーシャルメディア進化論』ダ
イヤモンド社, 2011.7.
39. 小川浩『グーグル+ 次世代 SNS 戦争の
ゆくえ』ソフトバンク クリエイティブ,
2011.9.
40. 石川幸憲『ワシントン・ポストはなぜ危
機を乗り越えたのかーバフェット流経営術
の真髓一』毎日新聞社, 2011.9.
41. 北島圭『マスコミは、ネットを一体どう
したいのか?: 主要マスコミ 31 社への徹底

取材でわかった、マスコミとネットの現実』
サイゾー, 2011.10.

**参考文献(雑誌): 特定記事のみが電子書籍
を扱っているものは除外した。**

- 1.『週刊ダイヤモンド』98 巻 42 号(通巻 4351
号)(2010 年 10 月 16 日) 特集 電子書
籍入門 p.28~95
- 2.『ダ・ヴィンチ』17 巻 9 号(通巻 197 号)
(2010 年 9 月) 特集 2 電子書籍は本の
未来を変えるのか? p.168~177.
- 3.『ユリイカ』42 巻 9 号(通巻 584 号)(2010
年 8 月) 特集 電子書籍を読む! p.57~
200.
- 4.『世界』806 号(2010 年 7 月) 「電子書
籍」襲来で危機に晒される未来の「言論の
自由」 p.196~204.
- 5.『中央公論』125 年 6 号(通巻 1514 号)(2010
年 6 月) 特集 活字メディアが消える日
p.151~175.
- 6.『本の窓』33 巻 5 号(通巻 296 号)(2010
年 6 月) 特集 デジタル書籍に未来はある
のか p.2~21.
- 7.『創』40 巻 8 号(通巻 448 号)(2010 年 9・
10 月) 本当に今年は「電子書籍元年」なの
か 「電子書籍」は果たして出版業界の「黒
船」か p.110~121.
- 8.『印刷雑誌』93 巻 9 号(2010 年 9 月) 特
集 電子書籍規格の必要性 p.9~21.
- 9.『出版月報』52 巻 10 号(通巻 635 号)(2010
年 8 月増刊) おしよせる「書籍から電子書
籍へ」の世界潮流 電子書籍フォーラム
2010 記録集 p.1~60.
- 10.『New Media』28 巻 10 号(通巻 330 号)
(2010 年 10 月) 特集 クラウド時代にお
ける電子ブックと流通問題 p.25~34,43~
50.
- 11.『日経パソコン』612 号(2010 年 10 月 25
日) 特集 3 コンテンツと端末の充実度
は? 電子書籍最新事情 p.62~71.
- 12.『週刊東洋経済』6269 号(2010 年 7 月 3

日) メディア覇権戦争 新しい支配者は誰か? p.36~119.

- 13.『情報管理』53 巻 4 号 (2010 年 7 月) Web 時代にあるべき未来の図書館サービスの胎動--貸出履歴の議論を超えた Shizuku2.0 の実現へ p.185~197.
- 14.『印刷雑誌』93 巻 6 号 (2010 年 6 月) 特集 クロスメディアと印刷 p.13~
- 15.『OnDeck Impress Digital Weekly 電子出版イノベーションのビジネス実誌』Vol.1, 2010.12.22. URL: <http://on-deck.jp> [参照: 2012-03-20]

参考 URL:

東京都立中央図書館「電子書籍について調べる」

URL: <http://www.library.metro.tokyo.jp/16/16e1008.html> [参照: 2011-01-28]

関連参考事項:

2009.02.24 「グーグルブックサーチ問題」表面化

書籍の著者、出版社、または書籍や執筆物の著作権を有しているその他の人物である場合には、貴殿の権利に、グーグルの書籍及び執筆物のスキャンおよび及びその使用に関する集団訴訟の和解案が影響することがあります。

- ・ベルヌ条約と米国民訴訟制度の「クラス・アクション」
- ・フェアユースと「オプトアウト方式」、和解案では 60\$/1 冊の解決金支払い

2009.10.07 グーグルの和解案公聴会延期

2010.02.04 日本文藝家協会「『出版契約』にあたってのご配慮について(お願い)」(日本書籍出版協会宛)

2010.02.18 グーグルの和解案公聴会開催

2010.03.14 日本電子書籍出版社協会(電書協)設立

2010.03.16 国立国会図書館納本制度審議会・オンライン資料の収集に関する小委員

会「オンライン資料の収集に関する中間報告」

2010.03.17 デジタル・ネットワーク社会における出版物の利活用の推進に関する懇談会(三省懇)設置

2010.06.07 国立国会図書館納本制度審議会「答申—オンライン資料の収集に関する制度の在り方について」

2010.06.08 「電子書籍を考える出版社の会」設立

2010.06.28 三省懇の「報告」

- ・・権利処理の円滑化に向けた制度設計(権利の集中処理機構など)
- ・・出版社の権利付与などについての議論の場を作る
- ・・デジタル時代の図書館の役割について議論する
- ・・日本にとって有益な統一フォーマット環境を作り国際標準化を推進

2010.07.01 電子書籍配信準備会社設立

2010.07.27 電子出版制作・流通協議会設立

2010.11.04 株式会社「ブックリスタ」発足

2010.11.22 文部科学省(文化庁)「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」の設置。

2011.9.1 電子書籍の流通と円滑化に関する検討会議「デジタル・ネットワーク社会における図書館と公共サービスの在り方に関する事項」に係るまとめ(案) 9月26日に公示された。

2011.9.5 講談社、角川書店、集英社、小学館、光文社、新潮社、文藝春秋の7社と五木寛之、里中満智子などの作家・漫画家ら122人で構成する「出版7社連絡会」は、書籍の裁断・スキャナーを行う「自炊代行業者」約100社に対して質問状を送付。

2011.9.12 米国オーサーズ・ギルド等が、米国の大学図書館等の共同セジタルリポジトリ HathiTrust とその参加館の内、ミシガン大学・カリフォルニア大学、ウィスコンシン大学・インディアナ大学・コーネル

大学の 5 大学を著作権侵害で提訴。

2011.9.15. 出版社 20 社、全出版物のデジタル化を目指す新会社「出版デジタル機構(仮称)」設立に合意。

2011.11.09 楽天が、カナダ書店チェーン、インディゴから電子書籍販売会社コボを買収、電子書籍端末も販売へ。

2012.1.10 文化庁、「電子書籍の流通と利用の円滑化に関する検討会議」の報告を公表。

2012.3.29 産業革新機構、株式会社「出版デジタル機構」に最大 150 億円を出資すると発表。